

COMUNIDADES DE INOVAÇÃO SOCIAL E CIBERCULTURA: CONTRIBUTOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE TERRITÓRIOS INTELIGENTES

Ana Melro

anamelro@ua.pt;

Universidade de Aveiro; IES-Social Business School

Lídia Oliveira

lidia@ua.pt

Universidade de Aveiro

Introdução

O conceito de “Empreendedorismo Social” tem vindo a ganhar pertinência em Portugal desde há alguns anos e, em 2007, revestiu-se de tal importância que se aceitou como primordial criar um centro de investigação e formação para a Inovação e o Empreendedorismo Social, o Instituto de Empreendedorismo Social (IES), uma associação sem fins lucrativos, com a missão de vir a ser um centro de referência do Empreendedorismo Social para o mundo lusófono, promovendo a inovação, o conhecimento, a aprendizagem e o impacto social.

Em 2014, o IES mudaria o seu posicionamento para IES-Social Business School, com o objetivo estratégico de se afirmar como a escola de negócios sociais em Portugal. E, entre 2009 e 2016, certificou e formou mais de 2000 iniciativas de Inovação e Empreendedorismo Social.

Os empreendedores sociais são indivíduos que promovem a evolução positiva do território em que se encontram inseridos, colocando no centro do seu interesse esse mesmo território e/ou outras pessoas e, consequentemente, promovendo o posicionamento do indivíduo no centro do desenvolvimento territorial.

O artigo analisa o significado do conceito de Empreendedorismo Social, integrando-o num meio mais vasto que é a Cibercultura, com o objetivo de entender a forma como empreendedores sociais que se encontram afastados no território (ou mesmo próximos, mas sem possibilidade de se reunirem) usufruem do ciberespaço e das ferramentas a que aí têm acesso para desenvolverem os seus projetos e, consequentemente, fazerem evoluir o território onde estão inseridos, tornando-os territórios inteligentes. Tenta, por isso, responder às questões: como poderão as Comunidades de Inovação Social contribuir para o desenvolvimento

de territórios inteligentes? Como poderá a Cibercultura contribuir para o desenvolvimento de territórios inteligentes?

Parte-se da análise da base de dados da Rede IES-SBS, que inclui dados quantitativos desde 2009, para se perceber como se poderá desenvolver o piloto, que é finalidade última do projeto de pós-doutoramento, de onde se extrai este artigo. O piloto é a implementação de Comunidades de Inovação Social, grupos de empreendedores sociais que se reúnem com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento territorial através das suas iniciativas.

Os objetivos centrais da investigação que subjaz à presente comunicação são: (1) entender as áreas de atuação dos empreendedores sociais; (2) perceber como se distribuem pelo território português e analisar de que forma tal distribuição contribui para o desenvolvimento territorial (ou vice-versa); (3) compreender como podem as tecnologias contribuir para uma mais eficaz comunicação entre empreendedores sociais e, consequentemente, como poderá essa comunicação contribuir para o desenvolvimento territorial.

Empreendedorismo Social

Discute-se neste artigo o conceito de Empreendedorismo e Inovação Social, entendido como uma forma de “busca de soluções sustentáveis para problemas negligenciados com externalidades positivas.” (Santos, 2012, p. 335). Ou seja, a necessidade sentida de mudança local, por via da resolução de problemas sociais e/ou ambientais. Assim, é cada vez mais necessário que a Economia gere dinamismo local e desenvolvimento territorial através, quer da identificação de problemas que não estão a ser resolvidos por ninguém, mas cuja resolução tem efeitos secundários positivos, quer da incorporação desses efeitos no sistema económico.

De acordo com Gregory Dees, o conceito de empreendedorismo social encerra em si as características apontadas por Say (1803/1841) e Schumpeter (1949), como a transferência de recursos económicos e a perceção dos empreendedores como agentes de mudança, mas inclui a adoção de uma missão que contribua para a criação de valor social. A missão social (e a busca por resultados) é, então, o motor para a procura de processos inovadores, de soluções sustentáveis e da aprendizagem contínua (Dees, 1998, p. 4).

Santos (2012) escreveu a definição de Empreendedorismo Social que o IES-Social Business School utilizaria até ao momento presente e que viria a dar sentido

à forma como o trabalho se foi desenvolvendo, assim como à evolução da oferta formativa. De acordo com o autor,

o processo de empreendedorismo social possibilita a existência da segunda mão invisível do sistema económico, esta baseada no outro em vez do interesse pessoal. Procurando o interesse do outro e realizando oportunidades para a criação de valor de forma distribuída, os empreendedores sociais conduzem a economia para um resultado eficiente, através da identificação sistemática de problemas negligenciados com externalidades positivas e do desenvolvimento de mecanismos para incorporar estas externalidades no sistema económico (Santos, 2012, p. 350).

Quando um conjunto de pessoas se reúne com o mesmo propósito, no caso concreto, de produzir mudança social, então o foco deve estar no desenvolvimento do território onde exercem a sua ação. Desta forma, é necessário ter sempre presente que objetivos se pretendem atingir a nível micro (grupo de pessoas pertencentes à comunidade) e a nível macro (a sua área de abrangência), tendo um conhecimento aprofundado do território, problemas e soluções existentes.

As Comunidades de Inovação Social na sua definição são, por isso, (1) espaços de geração de aprendizagens, resultado da interação dos seus membros e (2) espaços de partilha dessas aprendizagens, com os membros ou outras pessoas que tenham os mesmos interesses e pretendam contribuir para a mudança. As Comunidades são voltadas para fora, daí que tenham como objetivo contribuir para a (3) dinamização dos seus membros (resolução de problemas que possam ter no desenvolvimento das suas iniciativas ou fomentar a ação na comunidade) e do território e, consequentemente, para o (4) desenvolvimento territorial, que deve ser o objetivo subjacente à constituição de uma Comunidade e da sua ação no tempo.

Cibercultura

Vivemos num mundo hiper e interconectado através da internet, em rede. Trata-se do designado ciberespaço, que mantém uma ligação muito próxima com o mundo exterior à rede, uma vez que as trocas entre espaços são constantes, bem como a dependência recíproca. Isto remete para o surgimento da cibercultura, formada a partir deste novo ciberespaço, onde todos estão conectados. No entanto, “a cibercultura não implica que todos estarão *online*, mas que a cultura formada pela

crescente digitalização da sociedade tem implicações em todos os níveis sociais, tanto *online* como *offline*” (Borges, 2011, p. 115).

Pierre Lévy (1999) foi o precursor do conceito de ciberespaço, designado pelo autor como “não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo”. Diz ainda o autor que o termo “‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (Lévy, 1999, p. 17).

Defendida por Lemos (2007) é a ideia de que o ciberespaço e a cultura que lhe está associada (cibercultura) são dinâmicas desterritorializadas. A política, a economia, o indivíduo, a arte e a cultura, a identidade, entre outras áreas da sociedade e da vida individual, sofrem um processo de desterritorialização, devendo-se ao advento da internet. As fronteiras diluem-se, a circulação de informação económica e financeira ocorre dentro da rede e a identidade dos indivíduos está disponível no mundo virtual, quase excluindo a possibilidade de não existência na rede (Lemos, 2007, p. 282). Ao mesmo tempo, continua o autor, ocorrem reterritorializações, onde todas as dimensões referidas anteriormente (cultural, política, económica, identitária, etc.) têm que se adaptar e reconfigurar à nova lógica (Lemos, 2007, p. 283).

Quando se alia um grupo de empreendedores sociais aos conceitos de cibercultura ou ciberespaço espera contribuir-se para a constituição de Comunidades de Inovação Social, ou seja, grupos de pessoas que, estando localizadas geográfica e fisicamente no mesmo espaço ou não, se encontram com o objetivo de:

- partilhar experiências;
- difundir práticas;
- cooperar num sentido comum;
- encontrar soluções para problemas identificados na promoção da criação de valor;
- aprender em conjunto;
- disseminar o conhecimento adquirido.

Isto recorrendo, se possível, às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que lhes permitam realizar todas aquelas tarefas de modo eficiente, mas sempre com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento de territórios inteligentes.

Territórios inteligentes

A definição de territórios inteligentes tem como base o conceito de *smart cities*, entendido como cidades que dependem não apenas das infraestruturas edificadas (físicas), mas, e cada vez mais, da existência e da qualidade de informação e comunicação (infraestrutura social), baseadas, sobretudo, na rede. Aliado à *Web 2.0*, os indivíduos encontram-se inseridos em ambientes globais de inovação abertos e em rede, ou seja, mais predispostos a situações de trabalho móvel e colaborativo, com todas as consequências que daí advêm (Schaffers et al., 2011, pp. 431-433).

Assim, de acordo com a RENER Living Lab – Rede Portuguesa de Cidades Inteligentes¹, um território inteligente deverá ter em consideração o desenvolvimento sustentável das grandes áreas estratégicas que compõem esse mesmo território: a forma de governação; a energia, o ambiente e o edificado; a mobilidade e a economia e a inovação.

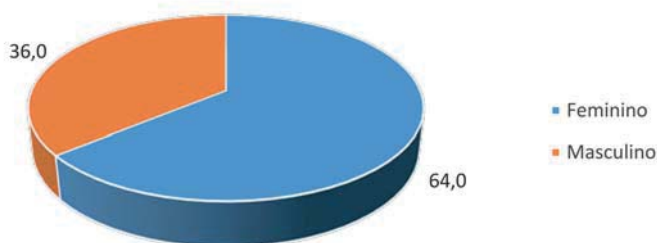
Em Portugal, foi possível depararmo-nos com as seguintes características na análise da base de dados da Rede IES-SBS, no que diz respeito à implementação de Comunidades de Inovação Social:

- Uma elevada dispersão geográfica dos projetos de Inovação e Empreendedorismo Social;
- A falta de mecanismos que permitam o conhecimento dessas iniciativas;
- O trabalho isolado de muitos empreendedores sociais;
- A ausência de comunicação entre empreendedores sociais;
- E, um pouco consequência da anterior, o desconhecimento de soluções semelhantes em territórios próximos.

Estas limitações, conjugadas com as características dos territórios inteligentes, poderão condicionar o desenvolvimento destes últimos, uma vez que o objetivo primordial das iniciativas de Empreendedorismo Social é resolver problemas sociais, logo, contribuir para os próprios territórios inteligentes.

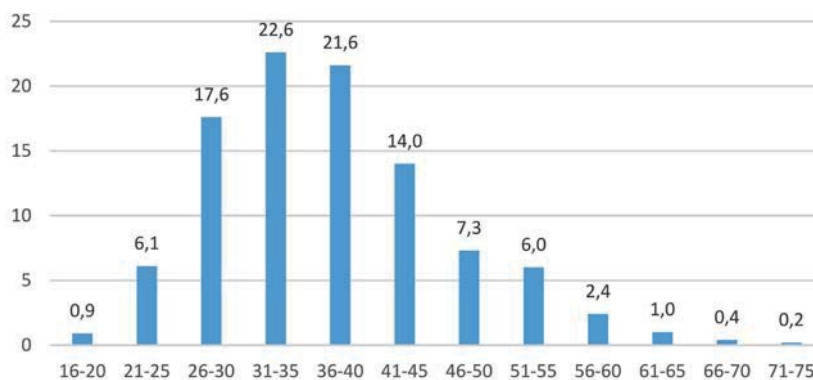
Mas analisemos algumas variáveis que permitam aferir da constituição ou não de Comunidades de Inovação Social no território português, nomeadamente, os dados da Rede IES-SBS. No total, fazem parte da rede do IES-SBS 2858 empreendedores sociais, devidamente identificados, com as seguintes características demográficas:

¹ Retirado de <http://rener.pt/>

Gráfico 1: Sexo dos empreendedores sociais da Rede IES-SBS (%)

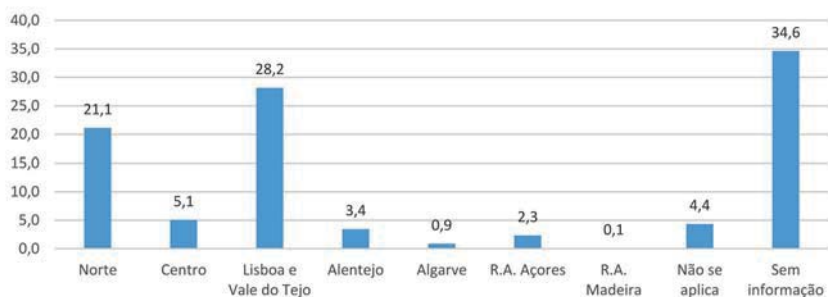
Fonte: Base de dados IES-SBS

Na sua maioria, da Rede IES-SBS fazem parte mulheres (64%). Mas são também representativos os homens, com 36%.

Gráfico 2: Escalões etários dos empreendedores sociais da Rede IES-SBS (%)

Fonte: Base de dados IES-SBS

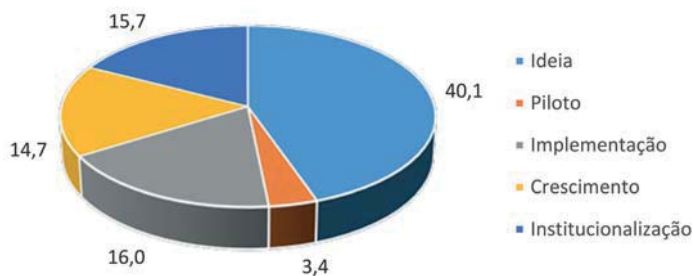
A maior parte dos empreendedores sociais da Rede IES-SBS está concentrada na faixa etária dos 31 aos 35 anos de idade (22,6%). Mas, de um modo cumulativo, é entre os 26 e os 45 anos que mais empreendedores sociais se localizam, com uma percentagem total de 75,8%.

Gráfico 3: Região de residência dos empreendedores sociais da Rede IES-SBS (%)

Fonte: Base de dados IES-SBS

Por último, das variáveis relativas aos empreendedores sociais, em relação à região de residência, a maior parte dos empreendedores está localizado em Lisboa e Vale do Tejo (28,2%), sede do IES-SBS e no Norte (21,1%), local onde está a delegação do IES-SBS, como já havia sido mencionado.

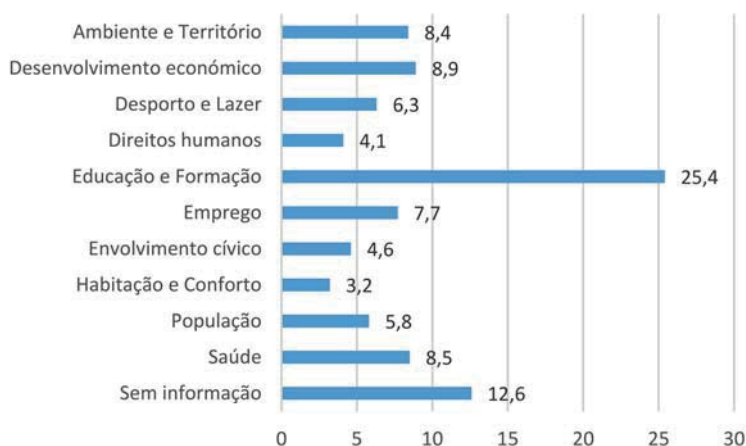
No que diz respeito às variáveis relativas às iniciativas, os gráficos seguintes fazem uma representação clara. Atualmente, fazem parte da Rede IES-SBS (ex-alunos dos programas de formação, empreendedores certificados e apoiados pelo IES-SBS) 1722 projetos. A definição das variáveis é explicada de seguida.

Gráfico 4: Ciclo de vida das iniciativas da Rede IES-SBS (%)

Fonte: Base de dados IES-SBS

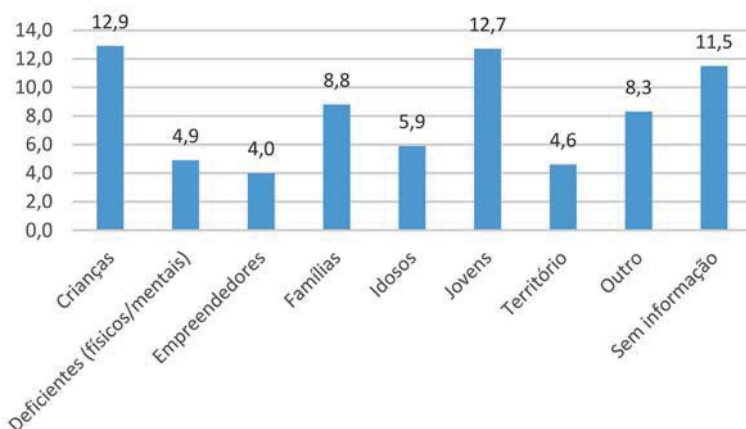
É visível que a maior parte dos projetos da Rede IES-SBS estão situados no início do ciclo de vida (Ideia ou Piloto) (40,1%). Isso é também explicado porque o Bootcamp, programa que oferece formação especificamente para esta fase, é o que tem mais edições concretizadas desde 2009 (56) e mais participantes por edição (em média 35). De seguida, as iniciativas tendem a passar para a fase de Implementação (16,0%), na qual o *Scaling for Impact*, os Módulos de Formação e o *Managing Impact Business* (MIB) são os mais procurados.

Gráfico 5: Área de intervenção das iniciativas da Rede IES-SBS (%)



Fonte: Base de dados IES-SBS

Considerando as áreas de intervenção dos projetos, a Educação e Formação (25,4%) destaca-se claramente. Cruzando-se este dado com o público-alvo entende-se que há uma estreita ligação entre ambas as realidades, uma vez que as Crianças e Jovens são os beneficiários mais presentes nas iniciativas. O Desenvolvimento económico (8,9%), a Saúde (8,5%) e o Ambiente e Território (8,4%) são também áreas com bastante interesse para o desenvolvimento de iniciativas de Empreendedorismo Social.

Gráfico 6: Público-alvo das iniciativas da Rede IES-SBS (%)

Fonte: Base de dados IES-SBS

No que diz respeito ao público-alvo das iniciativas, como já referido, as Crianças (12,9%) e os Jovens (12,7%) são os beneficiários da maior parte dos projetos criados. Mas também as Famílias (8,8%), até por relação com as Crianças e Jovens e os Idosos (5,9%).

Pretendeu-se com a análise das variáveis anteriores verificar o potencial de criação de Comunidades de Inovação Social no território português e avaliar qual poderá ser o papel do IES-SBS no motor inicial das mesmas e, inclusivamente, contribuir para o desenvolvimento de verdadeiras Redes de Aprendizagem em Comunidade (*Community Learning Networks* - CLN).

Conclusão

O que se apresentou foram os primeiros resultados de um pós-doutoramento que está a ser desenvolvido na Universidade de Aveiro (DigiMedia) e no IES-Social Business School, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Estes resultados pretendem produzir conhecimento sobre Comunidades de Inovação Social enquanto importantes ferramentas para o desenvolvimento territórios inteligentes.

Há várias considerações importantes a fazer nesta altura:

- A Inovação e o Empreendedorismo Social têm muito potencial para criar territórios inteligentes e melhorar a qualidade de vida dos seus residentes;
- As TIC e os espaços de Cibercultura são importantes ferramentas que, quando combinadas, promovem o desenvolvimento de territórios inteligentes, através da facilitação do trabalho colaborativo, da partilha de aprendizagem e conhecimento;
- A criação de Comunidades de Inovação Social como motores do processo de aprendizagem de muitos para muitos, onde a comunicação pode ocorrer quer presencial, quer virtualmente, recorrendo a ferramentas de partilha e de conversação *online* (como o Skype) é fundamental.

Através das Comunidades de Inovação Social, os seus participantes poderão partilhar desafios, experiências, soluções, conhecimento, aprendizagem e trabalhar em conjunto, caso se verifique que há sinergias entre projetos. No fundo, a legitimidade é conferida a todos quantos fazem parte da Comunidade, uma vez que o objetivo não é a transmissão de saber, mas a partilha, sendo que todos terão algo a acrescentar e a aprender.

Para o efeito, foram definidas algumas variáveis que apoiaram no processo de decisão do piloto e que impulsionarão o crescimento da Comunidade, uma vez que permitem entender quais os interesses comuns que alguns empreendedores poderão ter que os fará querer pertencer à Comunidade de modo a partilhar aprendizagens, construir conjuntamente soluções inovadoras e disseminar conhecimento.

As Tecnologias de Informação e Comunicação são meios importantes na implementação da Comunidade, uma vez que, como vimos, a dispersão geográfica dos empreendedores e das suas iniciativas ainda é naturalmente grande (todos os territórios têm os seus desafios e oportunidades). Mas, mesmo que tal não aconteça, são ferramentas que permitam alimentar a Comunidade e mantê-la viva quando os momentos presenciais não acontecem.

As TIC apresentam-se, pois, como mediadoras nos processos de aprendizagem; catalisadoras das interações sociais; ferramentas ao serviço das interações sociais; potenciadoras da partilha do conhecimento; locais de acesso a conhecimento; locais de partilha do conhecimento e locais de partilha (e reconhecimento) do desenvolvimento territorial.

Referências bibliográficas

- BORGES, J. (2011). *Participação política, Internet e competências infocomunicacionais: estudo com organizações da sociedade civil de Salvador*. Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador da Bahia, Brasil.
- DEES, J. G. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. *Innovation*, 1-5.
- LEMONS, A. (2007). Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Des-territorialização na Ciberultura. In A. Médola, D. Araújo & F. Bruno (Eds.), *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática* (pp. 277-293). Porto Alegre: Editora Sulina.
- LÉVY, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- SANTOS F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *J. Bus Ethics*, 111, 335–351.
- SAY, J.-B. (1841 [1803]). *Traité D'Économie Politique ou Simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*. Paris: Institut Coppet.
- SHUMPETER, J. A. (1949). *Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- SCHAFFERS, H.; KOMNINOS, N.; PALLOT, M.; TROUSSE, B.; NILSSON, M., & OLIVEIRA, A. (2011). Smart Cities and the Future Internet: Towards Cooperation Frameworks for Open Innovation. In J. Domingue; A. Galis; A. Gavras; T. Zahariadis, & D. Lambert (Eds.), *Future Internet Assembly 2011: Achievements and Technological Promises* (pp. 431-446). Berlin: Springer-Verlag. Retirado de http://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-642-20898-0_31.pdf.